

**Dampak Persepsi Harga, Desain Produk, Citra Merek dan Kualitas
Produk sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Studi pada
Pelanggan Hardware Store Paragon Semarang)**

ADI TRIANA

(Pembimbing : Dian Prawitasari, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201302869@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi harga, desain produk, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk di Hardware Store, Jl. Pemuda No. 18, Mal Paragon Semarang dan sampel yang diambil 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non acak jenis purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Persepsi harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2). Desain produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Citra merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4). Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Desain Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

The Influence of Price Perception, Product Design, Brand Image and Product Quality as a Determinant of Purchasing Decision (Study on Customer of Hardware Store Paragon Semarang)

ADI TRIANA

(Lecturer : Dian Prawitasari, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201302869@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of price perception, product design, brand image and product quality on purchasing decision. The population in this study is consumers who purchase the product at Hardware Store, Jl. Pemuda No. 18, Paragon Mall Semarang and 100 respondents were taken as sample. The data used are primary data. The sampling technique used is non-random purposive sampling type. Data collection method using questionnaires and the analysis techniques used is multiple regression. The results show that: 1). Price perception proved that it has a positive and significant influence on purchasing decision. 2). Product design proved that it has a positive and significant influence on purchasing decision. 3). Brand image proved that it has a positive and significant influence on purchasing decision. 4). Product quality proved that it has a positive and significant influence on purchasing decision.

Keyword : Price Perceptions, Product Design, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision